

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masa remaja merupakan masa dimana remaja mencari identitas dirinya, pencarian identitas bisa didorong melalui faktor-faktor pendukung seperti keluarga, teman dan lingkungan. Teman sebaya mempengaruhi remaja dalam pengambilan keputusan, misalnya saja dalam hal berpakaian, tentang musik atau film yang bagus, dan terkadang mereka saling bercerita dan berbagi pengalaman dengan teman sebayanya.

Perkembangan kepribadian yang penting pada masa remaja adalah pencarian identitas diri. Proses pembentukan identitas diri merupakan proses yang panjang dan kompleks, yang membutuhkan kontinuitas dari masa lalu, sekarang dan yang akan datang dari kehidupan individu, dan hal ini akan membentuk kerangka berpikir untuk mengorganisasikan dan mengintegrasikan perilaku kedalam berbagai bidang kehidupan (Soetjiningsih, 2010:47).

Film dapat menyentuh nilai-nilai pendidikan untuk membantu keluarga Indonesia mendidik anaknya (Effendy, 2008:27). Salah satu contoh film remaja pada tahun 1980-an yang mampu menghadirkan nilai-nilai pendidikan didalamnya yaitu film “Catatan Si Boy”, film ini berhasil membuat trend dikalangan remaja kelas menengah. Dalam film ini diceritakan seorang pemuda

yang tampan, pintar, jago berkelahi namun tidak pernah meninggalkan sholat. Inilah salah satu nilai pendidikan yang positif dan patut diacungi jempol.

Berbeda dengan film bergenre remaja di Indonesia pada masa sekarang yang banyak mengangkat cerita mengenai permasalahan remaja yang kurang mendidik, contohnya masalah percintaan, persaingan, dan kenakalan remaja saat ini. Melihat masa remaja adalah masa pencarian identitas diri, sehingga remaja bisa meniru adegan-adegan yang ada dalam film tersebut dan mereka terdorong untuk mencoba hal-hal baru yang belum tentu pantas untuk dilakukan.

Film merupakan salah satu bagian dari media massa, dengan melihat film kita juga bisa mendapatkan informasi di dalamnya. Dunia perfilman di Indonesia sudah mulai berkembang, dengan banyaknya karya-karya yang diciptakan oleh para sineas di negeri ini, mulai film yang bergenre nasionalisme, religi, horor, dan remaja.

Banyaknya film yang diproduksi belum menentukan perkembangan dari segi kualitas perfilman yang ada di Indonesia. Sekarang ini banyak produser yang membuat film bergenre horor namun didalamnya terdapat unsur pornografi, begitu juga dengan film remaja yang didalamnya itu banyak memperlihatkan gadis remaja dengan gaya berpakaian yang kurang sopan.

Film adalah reproduksi dari kenyataan seperti apa adanya. Ketika film ditemukan, orang-orang berbondong memasuki ruang gelap hanya untuk melihat bagaimana kenyataan ditampilkan kembali, sama persisnya seperti jika

terlihat dengan matanya sendiri. Dengan kata lain, sinematografi memang menjadi eksistensi fotografi (Ajidarma, 2002 : 44).

Dunia perfilman yang terus berkembang dengan banyaknya film-film yang diproduksi oleh berbagai pihak dengan genre yang berbeda-beda, dan memiliki perkembangan yang pesat. Seperti film remaja Indonesia tak hentinya diproduksi sejak Indonesia merdeka hingga saat ini. Berikut ini merupakan daftar film remaja, *Tiga Dara* (1956) merupakan film karya usmar Ismail yang menceritakan kisah cinta, *Pengantin Remaja* karya Wim Umboh pada tahun 1971, *Cintaku Di Kampus Biru* (1976), *Usia 18* (1980), *Akibat Buah Terlarang* (1984), *Biarkan Kami Bercinta* (1984), *Dia Yang Tercinta* (1984), *Kidung Cinta* (1985), *Romantika (Galau Remaja di SMA)*, 1985), *Gejolak Kawula Muda* (1985), ini merupakan segelintir awal mulanya film yang pernah diproduksi di Indonesia.

Namun film remaja saat ini banyak menunjukkan adegan anak-anak SMA dengan kenakalannya. Seperti dalam film *Putih Abu-abu dan Sepatu Kets* , banyak adegan dari kenakalan remaja yang ditonjolkan, misalnya saja seperti adegan berciuman di sekolah, adegan bertengkar dengan temannya, membolos sekolah, *check in* di hotel, berkelahi, mentato, dan adegan bunuh diri.



Gambar 1. 1 Salah satu adegan dalam film *Putih Abu-abu dan Sepatu Kets* .
(Sumber: Mitra Pictures and Bic Productions).

Dalam gambar 1. 1 di atas merupakan salah satu adegan yang ada dalam film *Putih Abu-abu dan Sepatu Kets* . Adegan dimana Flo (Filda Elishandi) sedang mantato tubuh Dion (Steven William). Dan terdapat pula adegan dimana Kemala (Michela Putri) sedang berkelahi dengan Dea (Arumi Bachsin), mereka berkelahi karena Dea mengatakan kepada teman-teman sekolahnya, bahwa Kemala merupakan salah satu siswa yang biasa *check in*.

Adegan-adegan tersebut tidak hanya terjadi dalam film, dalam realitas kehidupan sekarang ini banyak ditemukan kasus anak remaja yang melakukan hal-hal yang sebenarnya tidak pantas untuk dilakukan. Seperti yang dilansir oleh media kompas.com edisi 13 Februari 2013, dengan judul Kenakalan Remaja Sudah Darurat. Isi berita tersebut menyebutkan bahwa kenakalan remaja saat ini sudah sangat akut dan sangat memprihatinkan, perilaku menyimpang ini terdeteksi dari usia SD-SLTA, sehingga kenakalan remaja sudah sangat darurat dan berpotensi akan kehilangan 1-2 generasi ke-depan.

Sebagai contoh kasus kenakalan remaja yaitu, permasalahan pergaulan bebas, tawuran, mabuk-mabukan, berani mengancam orang tua dan kecanduan narkoba. Banyak sekali kasus yang telah ditemui, bahkan ada anak usia sekolah dasar yang telah kecanduan film porno dan melakukan pencabulan kepada teman-teman sekelasnya.

Masa remaja adalah masa peralihan anak-anak menuju dewasa, masa terjadinya krisis identitas atau pencarian identitas diri. Masa di mana ingin mencoba hal-hal yang baru. Mencoba hal-hal yang baru belum tentu baik untuk masa depannya, misalnya penasaran dengan hal-hal baru yang ada di lingkungannya, seperti berpacaran, merokok, membolos dari sekolah.

Kenakalan remaja tersebut bisa terjadi karena pengaruh lingkungan, kurangnya pengawasan orangtua, maupun pengaruh dari media massa. Remaja dengan masa pencarian identitas, akan mencoba hal-hal baru, misalnya saja mengikuti gaya-gaya adegan yang ada dalam sinetron maupun film, misalnya saja membolos dari sekolah, merokok, kabur dari rumah, maupun bunuh diri.

Undang-Undang Republik Indonesia No. 8/1992 tentang Perfilman, pada bab III dijelaskan bahwa “film sebagai media komunikasi massa pandang dengar mempunyai fungsi penerangan, pendidikan, pengembangan budaya bangsa, hiburan dan ekonomi”.

Budaya bangsa Indonesia yang identik dengan sifatnya yang sopan, santun, ramah, mempunyai sifat toleransi yang tinggi dan saling tolong menolong. Namun dalam kebanyakan film remaja Indonesia, sifat-sifat tersebut sudah jarang ditampilkan atau mungkin bahkan tidak ada. Film remaja Indonesia lebih menonjolkan bagaimana kenakalan remaja saat ini, atau etika kesopanan yang mulai luntur. Seperti dalam film *Putih Abu-abu dan Sepatu Kets*, diperlihatkan siswa SMA yang memakai rok seragam di atas lutut, datang terlambat ke sekolah, tidak menghargai guru saat sedang mengajar, berciuman di sekolah, mentato tubuhnya. Hal ini kurang sesuai dengan budaya Indonesia yang identik dengan nilai kesopanannya.

Hal ini yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap kenakalan remaja dalam film *Putih Abu-abu dan Sepatu Kets*, dan bagaimana pemaknaan penonton terhadap kenakalan remaja yang terjadi saat ini. Selain itu, yang menjadi ketertarikan dari film *Putih Abu-abu dan Sepatu Kets* ini yaitu, film ini menjadi salah satu peserta Festival Film Indonesia (FFI) pada tahun 2010. (officialfilmindonesia.blogspot.com). Sutradara film ini merupakan seorang yang karya-karyanya sering kontroversial, karena menampilkan karya yang monoton dan berlebihan, namun nyatanya film-film karya Nayato ini disambut baik oleh penonton, terutama penonton belia. (<http://gilasinema.blogspot.com/2010/03/persembahan-terbaik-nayato-fionuala.html>).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis resepsi, karena sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemaknaan yang didapat dari para penonton mengenai kenakalan remaja. Sedangkan analisis resepsi merupakan sebuah metode yang memang digunakan untuk mendapatkan pemaknaan dari khalayak.

Terdapat penelitian terdahulu yaitu milik Ani Wardani mahasiswa Universitas Diponegoro (2010) yang berjudul *Simbol-simbol Keagamaan Dalam Film (Analisis Resepsi Film Perempuan Berkalung Sorban)*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana interpretasi penonton film *Perempuan Berkalung Sorban* dalam memaknai representasi simbol-simbol keagamaan dalam film tersebut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis resepsi Ien Ang yang berfokus pada teks. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ani Wardani ini yaitu menunjukkan bahwa keseluruhan posisi pemaknaan para informan lebih kepada dua posisi, yaitu dominan-hegemonik dan oposisional. Posisi negosiasi jarang terjadi karena tema jender yang diangkat dalam kehidupan agama lebih dinilai sebagai sesuatu yang berlawanan. Posisi dominan-hegemonik dimungkinkan terjadi pada penonton yang memiliki keterbukaan terhadap suatu wacana. Sedangkan posisi oposisional terjadi karena penonton membawa seperangkat nilai yang dijadikan standar dan tidak bisa diubah. Penonton lebih fokus pada simbol agama yang dikemas dalam film *Perempuan Berkalung Sorban*.

Selanjutnya penelitian milik Aisyah Fatin mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta (2013) yang berjudul *Analisis Resepsi Penonton Perempuan Yang Sudah Menikah Terhadap Kekerasan Perempuan Di Film Die Fremde (When We Leave)*. Dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pemaknaan mendalam dari para penonton yang sudah menikah terhadap film *Die Fremde (When We Leave)*. Penelitian ini menggunakan metode analisis resepsi, dengan cara mewawancarai informan mengenai pemaknaan terhadap kekerasan perempuan dalam film tersebut. Informan-informan tersebut memiliki latar belakang yang berbeda-beda. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Aisyah Fatin ini adalah seluruh informan berada pada posisi *Oppositional* atau menilai makna yang ada dalam film tersebut bertentangan dengan diri mereka dan kondisi sekitar mereka, dan beberapa berada pada *Negotiated* atau menerima makna yang ditawarkan tetapi pada kondisi tertentu. Informan tidak setuju dengan segala bentuk kekerasan yang dialami perempuan. Menurut informan, kekerasan terhadap perempuan tidak perlu terjadi apalagi pelaku adalah suami dan keluarga dari korban.

Penelitian berikutnya yaitu milik Ahmad Fauzan, mahasiswa Universitas Muhammadiyah (2013) Surakarta melakukan penelitian dengan judul *Analisis Penerimaan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta Terhadap Nilai-Nilai Toleransi Antar Umat Beragama Dan Pluralisme Dalam Film “?” (Tanda Tanya)*. Penelitian ini didasarkan pada isu toleransi dan pluralisme agama yang sempat menjadi perdebatan di dalam masyarakat. Penelitian ini

menggunakan analisis resepsi, dengan berfokus pada penerimaan khalayak terhadap film ini baik verbal maupun non verbal. Hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana perbedaan penerimaan khalayak terhadap film “?” (Tanda Tanya). Dapat disimpulkan bahwa dari setiap informan mempunyai penerimaan yang berbeda yaitu *oppositional reading*, *dominant reading* dan *negotiated reading*.

Dibandingkan dengan dua penelitian diatas, penelitian yang dilakukan peneliti mempunyai perbedaan dan persamaan. Persamaan dari kedua penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu terletak pada metodenya, yang sama-sama menggunakan metode analisis resepsi. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian di atas, dapat ditarik rumusan masalah yaitu bagaimana resepsi penonton terhadap kenakalan remaja yang ditampilkan dalam film *Putih Abu-abu dan Sepatu Kets* ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui resepsi yang dipahami penonton remaja terhadap kenakalan remaja yang terdapat dalam film *Putih Abu-abu dan Sepatu Kets* .

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka diharapkan adanya manfaat teoritis maupun praktis dalam penelitian ini. Manfaat tersebut meliputi:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat memberikan manfaat mengenai teori resepsi, menjadi pertimbangan dan pendalaman lebih lanjut dalam ilmu komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan mengenai film, analisis resepsi dan hal yang berhubungan dengan kenakalan remaja.

E. Landasan Teori

1. Komunikasi

Komunikasi adalah salah satu dari kegiatan sehari-hari yang benar-benar terhubung dengan semua kehidupan kemanusiaan, sehingga kadang-kadang kita mengabaikan penyebaran, kepentingan dan kerumitannya. Dalam aspek kehidupan kita dipengaruhi oleh komunikasi kita dengan orang lain, seperti pesan-pesan dari orang yang tidak kita kenal, orang yang dari jauh dan yang ada di dekat kita (Littlejohn, 2009:3).

Komunikasi mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan terdistorsi oleh gangguan, terjadi dalam suatu

konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik (Devito, 1997:23). Komunikasi berguna untuk menyampaikan informasi terhadap orang lain.

Komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan), pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini, dan lain-lain muncul dari benaknya (Effendy, 2006 : 11).

Dalam studi komunikasi terdapat mazab utama, mazab pertama melihat komunikasi sebagai tranmisi pesan. Ia tertarik dengan bagaimana pengirim dan penerima mengkonstruksi pesan (*encode*) dan menerjemahkannya (*decode*), dan dengan bagaimana transmitter menggunakan saluran dan media komunikasi. Sedangkan mazab kedua melihat komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna. Hal ini dimaksudkan bagaimana pesan atau teks berinteraksi dengan orang-orang dalam rangka menghasilkan makna (Fiske, 2010:9).

Komunikasi dalam konteks apapun adalah bentuk dasar adaptasi terhadap lingkungan. Menurut Rene Spitz, komunikasi adalah jembatan antara bagian luar dan bagian dalam kepribadian: “Mulut sebagai rongga utama adalah jembatan antara persepsi luar dan persepsi dalam, ia adalah tempat lahir semua persepsi luar dan model dasarnya, ia adalah tempat transisi bagi perkembangan aktivitas intensional, bagi munculnya kemauan dari kepasifan.” (Spitz dalam Mulyana : 2008:17).

Komunikasi dilakukan oleh setiap orang. Setiap orang melakukan komunikasi untuk menyampaikan pesan. Informasi bisa di dapatkan dari orang ke orang, dari media massa atau media baru.

Paradigma Lasswell menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur yaitu, komunikator (*communicator, source, sender*), pesan, media, komunikan (*communicant, communicatee, receiver, recipient*) dan efek. Jadi berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu (Effendy, 2006:10).

Menurut Rogers dan Lawrence dalam Cangara mengatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih melakukan pertukaran informasi, yang pada akhirnya akan mendapatkan saling pengertian yang mendalam (Cangara, 2006 : 19).

Tubbs dan Moss dalam Mulyana mendefinisikan komunikasi sebagai proses penciptaan makna antara dua orang (komunikator 1 dan komunikator 2) atau lebih (Mulyana, 2008:65). Komunikasi merupakan proses dimana setiap orang melakukannya untuk mendapatkan informasi, untuk memperoleh makna dari pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Menurut Miller komunikasi terjadi karena suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima (Miller dalam Mulyana, 2008:68).

Komunikasi terbagi dalam 5 macam tipe, yaitu Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*), Komunikasi Kelompok Kecil (*Small Group Communication*), Komunikasi Organisasi (*Organizational Communication*), Komunikasi Massa (*Mass Communication*), dan Komunikasi Publik (*Public Communication*) (Cangara, 2006:29). Komunikasi antar pribadi yaitu komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih. Sedangkan komunikasi

publik merupakan komunikasi yang dilakukan di depan umum, di depan khalayak yang lebih besar. Komunikasi massa merupakan komunikasi yang disampaikan melalui media massa, seperti media cetak (koran, majalah, tabloid) dan elektronik (radio, televisi dan film).

2. Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan komunikasi dari seseorang atau sekelompok orang melalui alat pengirim (medium) kepada para khalayak (Biagi, 2010:9). Komunikasi massa menyampaikan pesannya melalui sebuah media, bisa berupa majalah, koran, surat kabar, radio, televisi, dan film.

Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik) (Nurudin, 2007:3). Bentuk-bentuk media massa yaitu: majalah, koran, surat kabar, radio, televisi dan film. Dalam penyampaian informasi, komunikasi massa menggunakan media sebagai alat untuk menyampaikan pesannya.

Media massa merupakan sumber kekuatan , alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat. Media sering kali berperan sebagai wahana pengembangan kebudayaan, bukan saja dalam pengertian pengembangan bentuk seni dan simbol, tetapi juga dalam pengertian pengembangan tata cara, mode, gaya hidup dan norma-norma (McQuail, 1989:3).

Menurut Black dan Frederick, *mass communication is a process whereby mass produced message are transmitted to large, anonymous, and*

heterogeneous masses of receivers (komunikasi massa adalah sebuah proses dimana pesan-pesan yang di produksi secara masal/tidak sedikit itu disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonim, dan heterogen) (Nurudin, 2007:12).

Komunikasi massa memiliki fungsi untuk menyebar luaskan informasi, meratakan pendidikan, merangsang pertumbuhan ekonomi, dan menciptakan kegembiraan dalam hidup seseorang yang mendapatkan informasi tersebut. Karena itu pula, komunikasi massa dapat berfungsi untuk:

- a. Informasi; kegiatan mengumpulkan, menyimpan data, fakta dan pesan, sehingga orang bisa mengetahui keadaan yang ada disekitarnya.
- b. Sosialisasi; menyediakan dan mengajarkan ilmu pengetahuan dan bagaimana orang bersikap sesuai dengan nilai-nilai yang ada serta bertindak secara efektif.
- c. Motivasi; mendorong orang untuk mengikuti kemajuan orang lain melalui media massa.
- d. Bahan diskusi; menyediakan informasi sebagai bahan diskusi.
- e. Pendidikan; meningkatkan kualitas penyajian materi yang menarik dan mengesankan.
- f. Memajukan kebudayaan; media massa menyebarkan hasil-hasil kebudayaan melalui pertukaran program radio maupun televisi.

Pertukaran ini akan memungkinkan peningkatan daya kreatifitas guna memajukan kebudayaan.

- g. Hiburan; media massa telah menyita waktu luang untuk semua golongan usia dengan difungsikannya sebagai hiburan.
- h. Integrasi; dimanfaatkan untuk menjembatani perbedaan-perbedaan dalam memupuk dan memperkuat persatuan bangsa (Cangara, 2002: 63).

Dalam komunikasi massa terdapat elemen-elemen yang terdapat di dalamnya, elemen komunikasi massa hampir sama dengan elemen yang terdapat dalam komunikasi secara umum. Elemen-elemen komunikasi massa antara lain komunikator, isi, *audience*, umpan balik, gangguan, *gatekeeper*, pangatur, filter, dan efek (Nurudin, 2007:95). Proses penerimaan pesan pada komunikasi massa terkadang dapat di terima secara serentak, dan bisa secara individu seperti dalam film.

Menurut Wright, komunikasi massa yaitu komunikasi yang memiliki karakteristik utama menyampaikan pesan secara terbuka, seringkali khalayak yang serentak, bersifat sekilas. Komunikator cenderung berada atau bergerak dalam organisasi yang kompleks yang melibatkan biaya besar (Ardianto dan Erdinaya, 2004:5). Komunikasi massa mempunyai khalayak yang luas dan heterogen, menyampaikan informasinya secara terbuka dan menggunakan media dalam penyampaian informasi.

Dalam komunikasi massa, media massa yaitu alat yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada *audience* yang luas dan heterogen. Dalam media massa yang menjadi komunikatornya yaitu surat kabar, majalah, radio maupun televisi dan film. Media massa menjadi sumber dominan bukan saja bagi individu, tetapi juga bagi masyarakat dan kelompok kolektif, selain itu media massa menjadi alat utama dalam proses komunikasi massa.

Komunikasi massa merupakan proses menciptakan kesamaan arti antara media massa dengan khalayak mereka. Dalam model Osgood-Schramm, memiliki kesamaan-interpretasi, *encoding*, *decoding* dan pesan, namun perbedaannya memberi kita pengertian signifikan bagaimana komunikasi massa berbeda dari bentuk lain dari proses komunikasi (Baran, 2011:7).

3. Film sebagai Komunikasi Massa

Proses penyampaian pesan bisa dilakukan secara langsung atau melalui media massa, seperti melalui media televisi, radio, surat kabar maupun dari sebuah film. Pesan yang disebarkan melalui media massa bersifat umum karena ditujukan untuk umum dan mengenai kepentingan umum (Effendy, 2006:23).

Definisi komunikasi massa adalah mendefinisikannya dalam bentuk sarana yang paling banyak digunakan yaitu televisi, radio, surat kabar, majalah, film, buku, piringan hitam, kaset dan *compact disc* (Devito, 1997:507).

Film juga termasuk dalam bentuk komunikasi massa, film menyampaikan pesan maupun simbol dari sebuah adegan, visual maupun audio yang ada dalam

film tersebut. Film sebagai komunikator, sedangkan penonton sebagai komunikannya, karena film yang memberikan pesan untuk penontonnya.

Film merupakan salah satu bentuk dari komunikasi massa, film yang menjadi media untuk menyampaikan informasi sekaligus menjadi hiburan bagi khalayak. Film hiburan tidak sekedar menghibur, misalnya saja film *The Deer Hunter and Born on the Fourth of July* menunjukkan betapa kejamnya perang. Norma Rae menunjukkan bagaimana pekerja kasar seringkali diperas tenagannya, film Rocky berusaha mendemonstrasikan bahwa impian Amerika dapat menjadi kenyataan. Film-film berfungsi terutama untuk mempengaruhi dan meyakinkan (Devito, 1997:512).

Film adalah reproduksi dari kenyataan seperti apa adanya. Ketika film ditemukan, orang-orang berbondong memasuki ruang gelap hanya untuk melihat bagaimana kenyataan ditampilkan kembali, sama persisnya seperti jika terlihat dengan matanya sendiri. Dengan kata lain, sinematografi memang menjadi eksistensi fotografi (Ajidarma, 2002:44).

Popularitas dan pengaruh yang merasuk dari media massa hanya dapat dipertahankan jika mereka menjalankan beragam pokok yaitu, menghibur, meyakinkan, menginformasikan, menganugerahkan status, membius dan menciptakan rasa persatuan (Devito, 1997:515).

Film merupakan salah satu jenis media massa, dimana sebagai tempat untuk memberikan hiburan kepada penontonnya. Disetiap adegan maupun yang

terkait di dalam film tersebut mempunyai maksud untuk memberikan pesan kepada penonton.

Film, dengan kata lain, menjadi tempat yang sangat istimewa dalam budaya kita. Film, seperti juga buku, secara budaya merupakan media khusus, media yang penting. Dalam hal ini hubungan film-penonton memiliki lebih banyak kesamaan dengan buku daripada dengan televisi. Karena penonton sebenarnya adalah konsumen yang benar, kekuasaan berada di tangan isi film lebih daripada isi cerita di televisi (Baran, 2011:214).

Apa yang menjadikan film sebagai media yang penting, para pembela film mengatakan, sangat tergantung pada kita, yaitu penonton. “ini tentang masyarakat”, jelas aktor populer John Malkovich. Masyarakat mendapatkan jenis, politik, film, dan budaya yang layak. Kondisi saat ini (di film Amerika) adalah hasil dari kurangnya (suatu sifat) fundamental dan yang penting, yaitu rasa ingin tahu (McKenna dalam Baran, 2011:215).

4. Kenakalan Remaja

Definisi tentang masa remaja memerlukan pertimbangan tentang usia dan pengaruh faktor sosial-sejarah. Remaja diartikan sebagai masa perkembangan transisi antara masa anak dan masa dewasa yang mencakup perubahan biologis, kognitif, dan sosial emosional. Masa remaja dimulai kira-kira usia 10-13 tahun dan berakhir antara usia 18-22 tahun (Santrock, 2003:26).

Remaja merupakan masa pencarian identitas, merupakan masa yang indah dan penuh dengan kenangan yang tidak mudah di lupakan, apalagi dengan teman-teman sebayanya. Masa remaja merupakan masa dimana mereka penasaran dengan hal-hal yang baru dan menantang. Pengaruh teman memang sangat besar terhadap remaja, ada rasa bangga tersendiri bahwa remaja mempunyai teman yang banyak, dilain pihak remaja juga merasa lebih “*safe*” untuk melakukan bermacam-macam tindakan apabila dia di kelilingi oleh teman-temannya (Soerjono, 1995). Apalagi dengan munculnya sinetron maupun film yang bercerita tentang kisah remaja, dengan banyak menampilkan adegan-adegan yang memperlihatkan kenakalan remaja saat ini. Seperti membolos sekolah, mentato bagian tubuh, bunuh diri, pacaran di sekolah.

Kenakalan remaja adalah perilaku menyimpang dari norma-norma atau melanggar hukum. Jensen membagi kenakalan remaja menjadi 4 jenis yaitu:

- a. Kenakalan yang menimbulkan korban fisik seperti, pemukulan, perkosaan, pembunuhan dan lain-lain.
- b. Kenakalan yang menimbulkan korban materi seperti, perusakan, pencurian, pemerasan dan lain-lain.
- c. Kenakalan sosial seperti, pelacuran, penyalahgunaan obat dan hamil di luar nikah.
- d. Kenakalan yang melawan status, membolos sekolah, kabur dari rumah (Jensen dalam Sarwono, 2001:200).

Perilaku menyimpang adalah hal yang cukup sulit dilakukan. Problemnya adalah menyimpang terhadap apa? Penyimpangan terhadap orang tua, seperti pulang terlalu malam atau merokok bisa dikatakan perilaku menyimpang dan karena itu dinamakan kenakalan remaja. Penyimpangan terhadap tatakrma masyarakat, seperti mengangkat kaki dihadapan orang yang lebih tinggi derajatnya (Sarwono, 2012:251).

Pada masa remaja, emosi masih labil, belum memiliki pegangan, dan dalam proses mencari jati diri. Untuk itu perlu adanya pengawasan dari orang tua, agar tidak terjadi hal-hal yang tidak di inginkan yang dapat merusak masa depan remaja tersebut.

Bentuk-bentuk kenakalan remaja antara lain, pemerasan, perampokan, pencurian, narkoba, bahkan pembunuhan maupun bunuh diri. Faktor yang mempengaruhi hal-hal tersebut misalnya adanya perkumpulan pemuda atau *gank*, pengaruh film atau majalah porno (Maryati, 2001). Hal-hal ini lah yang menjadi bentuk kenakalan remaja saat ini, hal ini bisa disebabkan karena pengaruh adanya media massa, seperti film maupun majalah yang mengandung unsur porno, selain itu juga karena pengaruh lingkungan dan kurangnya pengawasan dari orang tua.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kenakalan remaja terbagi menjadi empat faktor yaitu:

1. Faktor-faktor di dalam diri anak itu sendiri

- a. *Predisposing factor*, kecenderungan kenakalan remaja adalah dari faktor bawaan bersumber dari kelainan otak.
 - b. Lemahnya pertahanan diri, yaitu faktor yang ada di dalam diri untuk mengontrol dan mempertahankan diri terhadap pengaruh-pengaruh negatif.
 - c. Kurangnya kemampuan penyesuaian diri, yaitu ketidakmampuan penyesuaian diri terhadap lingkungan sosial, karena dengan mempunyai daya pilih teman bergaul akan membantu pembentukan perilaku positif.
 - d. Kurangnya dasar-dasar keimanan di dalam diri remaja.
2. Faktor-faktor di rumah tangga
 - a. Kurangnya kasih sayang dan perhatian orang tua.
 - b. Lemahnya keadaan ekonomi orang tua.
 - c. Kehidupan keluarga yang tidak harmonis, yaitu terjadinya *broken home*.
 3. Faktor-faktor di masyarakat
 - a. Kurangnya ajaran agama secara konsekuen.
 - b. Masyarakat yang kurang memperoleh pendidikan.
 - c. Kurangnya pengawasan terhadap remaja.
 - d. Pengaruh norma-norma baru dari luar (Willis, 2012:93-112).

Kebanyakan masyarakat beranggapan bahwa setiap norma yang baru datang dari luar, itulah yang benar. Sebagai contohnya ialah norma yang datang

dari Barat, baik melalui film dan televisi, pergaulan sosial dan lain-lain. Para remaja dengan cepat menelan apa saja yang dilihat dari film-film Barat seperti contoh-contoh pergaulan bebas. Padahal pergaulan bebas itu tidak disukai oleh masyarakat kita (Willis, 2012:112).

5. Khalayak

Kata khalayak sangat akrab sebagai istilah kolektif dari penerima, dalam model urutan sederhana dari proses komunikasi massa (sumber, pesan, penerima, efek), khalayak merupakan produk konteks sosial (yang mengarah pada kepentingan budaya, pemahaman, dan kebutuhan informasi yang sama) serta respon kepada pola pasokan media tertentu (McQuail, 2011:144).

Khalayak sering disebut dengan istilah penerima, sasaran, pembaca, pendengar, pemirsa, *audience*, *decoder* atau komunikan. Khalayak adalah salah satu aktor dari proses komunikasi (Cangara, 2002:151). Oleh karena itu khalayak tidak boleh diabaikan, karena merupakan penentu dari proses komunikasi. Khalayak bisa berupa individu, kelompok maupun masyarakat.

Khalayak media adalah besar, heterogen, dan sangat tersebar, anggotanya tidak saling mengenal dan tidak dapat mengenal satu sama lainnya (McQuail, 2011:147), Karena media mempunyai banyak khalayak dan tidak memungkinkan untuk khalayak tersebut untuk saling kenal dan bertemu.

Khalayak termasuk dalam elemen-elemen komunikasi massa, khalayak merupakan salah satu unsur yang penting dalam proses terjadinya pengiriman pesan dan penerimaan pesan.

Menurut Hiebert, *audience* memiliki lima karakteristik:

1. *Audience* cenderung berisis individu-individu yang condong untuk berbagi pengalaman dan dipengaruhi oleh hubungan sosial di antara mereka.
2. *Audience* cenderung besar. Maksudnya disini audience tersebar di berbagai wilayah jangkauan sasaran komunikasi massa.
3. *Audience* cenderung heterogen. Mereka berasal dari berbagai lapisan dan kategori sosial.
4. *Audience* cenderung anonim, yakni tidak mengenal satu sama lainnya.
5. Dalam komunikasi massa, *audience* secara fisik dipisahkan dari komunikator (Hiebert dalam Nurudin, 2009:105-106).

Ciri utama khalayak massa yaitu, memiliki jumlah penonton yang besar, memiliki pemirsa dan pembaca yang sangat besar, non interaktif, dan hubungan yang anonim bagi satu sama lainnya. Khalayak massa memiliki komposisi yang heterogen, tidak teratur/ bertindak sendiri, objek pengaturan/ memanipulasi media (McQuail, 2011:64).

Jenis-jenis khalayak menurut Nightingale dalam McQuail, khalayak terbagi menjadi empat jenis sebagai berikut:

1. Khalayak sebagai kumpulan orang-orang, utamanya kumpulan ini diukur ketika menaruh perhatian pada tampilan media atau produk tertentu pada waktu yang ditentukan, inilah yang dikenal dengan penonton.
2. Khalayak sebagai orang-orang yang ditujukan, merujuk pada kelompok orang yang dibayangkan oleh komunikator serta kepada siapa konten dibuat. Hal ini juga diketahui sebagai khalayak yang terlibat.
3. Khalayak sebagai yang berlangsung, pengalaman penerimaan sendirian atau dengan orang lain sebagai peristiwa interaktif dalam kehidupan sehari-hari, berlangsung dalam konteks tempat atau fitur lain.
4. Khalayak sebagai pendengar, utamanya merujuk pada pengalaman khalayak yang berpartisipasi, ketika khalayak ditempatkan di dalam sebuah pertunjukan atau diperbolehkan untuk berpartisipasi melalui alat yang jauh atau memberikan respon di saat yang bersamaan (McQuail, 2011:145).

Mengatasi penonton sebagai konsumen belum tentu dinyatakan dalam dokumen kebijakan tertulis. Penonton juga menginginkan pilihan, penonton menginginkan program populer dan viabilitas jumlah pemrograman (Alasuutari, 1999:134).

Paradigma penonton etnografi diciptakan, pertama langkah jauh dari minat dalam politik konvensional dengan politik identitas, terutama untuk pertanyaan tentang gender. Kedua, dengan mengorbankan kepentingan berkurangnya isi program, lebih banyak penekanan diletakkan pada fungsi

media. Ketiga, studi ini ditangani dengan program tertentu atau serial, peneliti mulai melihat penerimaan dari ujung penonton (Alasuutari, 1999:5).

Audiens memiliki berbagai cara untuk berurusan dengan tokoh media, bahwa banyak akan menjadi jelas. Namun, meskipun banyak kemungkinan, budaya, lapisan diskursif antara manusia dan teks media, saluran berarti produksi menjadi dekat-nyata bentuk wacana (Alasuutari, 1999:82).

6. *Encoding-Decoding*

Film *Putih Abu-abu dan Sepatu Kets* memberikan resepsi yang berbeda-beda terhadap khalayaknya/penontonnya. Informan yang mempunyai latar belakang sekolah berbeda-beda, membuat mereka mempunyai pemaknaan yang berbeda terhadap apa yang mereka lihat maupun mereka dengar.

Pesan dan makna tidak sekedar ditransmisikan saja, keduanya harus diproduksi; pertama oleh *encoding* dari bahan 'mentah' kehidupan sehari-hari; kedua, oleh khalayak dalam kaitannya dengan lokasi pada wacana-wacana lainnya. Momen *encoding* dan *decoding* mungkin tidak benar-benar simetris. Hasil dari proses dari apa yang dimaksudkan dan apa yang diterima boleh jadi tidak klop (Storey, 2006:14).

Setiap pesan yang diproses oleh *encoding*, dan di terima oleh *decoding*, akan ada pemaknaan yang berbeda. Karena belum tentu setiap *decoding* mempunyai pemaknaan yang sama. Karena ditentukan oleh kondisi eksistensi berbeda, ada kemungkinan ada kesalahpahaman.

Ada tiga posisi hipotesis yang disarankan Hall mengenai *decoding*, yaitu:

1. Posisi dominan-hegemonik

Posisi ini terjadi ketika pemirsa memetik makna yang dikonotasikan, secara penuh dan apa adanya. Men-*decoding* pesan berdasarkan kode acuan di mana ia di-*encoding*, hal ini bisa dikatakan bahwa penonton beroperasi di dalam kode dominan.

2. Posisi yang dinegosiasikan

Decoding dalam versi ini memuat bauran dari unsur-unsur yang oposisional dan adaptif.

3. Kode oposisional

Posisi yang diduduki oleh pemirsa yang mengakui kode wacana, tetapi memutuskan untuk melakukan *decoding* dalam sebuah kerangka acuan alternatif (Storey, 2006:14-16).

Kode *encoding* dan *decoding* mungkin tidak simetris sempurna. Derajat pemahaman dan kesalahpahaman dalam pertukaran komunikatif tergantung pada derajat simetris/asimetris dibentuk antara posisi dari personifikasi, produsen sebagai *encoder* dan *decoder* sebagai penerima (During, 2001:93).

Morley memberikan pemahaman tentang *encoding/decoding* dari Stuart Hall sebagai berikut:.

1. Produksi pesan penuh makna, peristiwa yang sama bisa di-*encoding* melalui lebih dari satu cara dan cenderung menghasilkan

pesan tertentu, yang mewujudkan maknanya dalam bentuk-bentuk tertentu yang berulang.

2. Pesan dalam komunikasi sosial selalu bersifat kompleks dalam hal struktur dan bentuk. Pesan menawarkan dan menganjurkan pembacaan tertentu atas pembacaan yang lainnya, namun pesan tidak pernah bisa menjadi sama sekali tertutup di sekitar satu pembacaan.

3. Aktivitas 'memetik makna' dari pesan juga merupakan sebuah praktik yang problematis, betapa transparan dan natural. Pesan meng-*encoding* satu cara bisa senantiasa dibaca dengan cara yang berbeda (Storey, 2006:17).

Hall menunjukkan bahwa ada empat posisi 'tipe ideal' dari *decoding* komunikasi massa yang bisa dibuat oleh khalayak: *The dominant of hegemonic code*, tingkat konotatif dari pesan yang di-*decoding* dalam hal yang dominan dari *preferred meaning* ; *The professional code* adalah apa yang *professional broadcaster* gunakan ketika mentransisikan pesan ; *The negotiated code* mengandung campuran unsur adaptif dan oposisi, dan akhirnya *oppositional code* adalah posisi di mana penonton dengan sempurna memahami baik infleksi literal dan konotatif yang diberikan ke suatu acara, tetapi menentukan untuk meng-*code* 'dengan cara yang bertentangan (Alasuutari, 1999: 4).

Generasi kedua yaitu etnografi khalayak, dikenal sebagai studi penerimaan khalayak kualitatif berarti bahwa satu analisis program dan studi penerimaan antara khalayak tertentu dengan melakukan wawancara 'mendalam'

dari penonton (Alasuutari, 1999: 4). Sedangkan pada generasi ketiga yaitu konstruksi media, generasi ketiga membawa media kembali ke studi media, namun *conceives* dari media dan pesan media dalam arti yang lebih luas dari sekedar sebagai teks yang dikodekan untuk kemudian diterjemahkan oleh '*interpretive community*' tertentu (Alasuutari, 1999:7).

F. Metodologi

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan penelitian kualitatif dengan metode analisis resepsi. Menurut Bogdan dan Biklen , analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain (Bogdan dan Biklen dalam Moleong, 2008: 248).

Analisis Resepsi adalah sebuah metode yang membandingkan antara analisis tekstual wacana media dan wacana khalayak, yang hasil interpretasinya merujuk pada konteks, seperti *cultural setting* dan konteks isi atas media lain (Jensen, 1993:139).

Penelitian dengan menggunakan analisis resepsi, dimana untuk mengetahui bagaimana khalayak memaknai isi dari film *Putih Abu-abu dan Sepatu Kets* , yang mempunyai latar belakang yang berbeda-beda.

2. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah remaja. Remaja diartikan sebagai masa perkembangan transisi antara masa anak dan masa dewasa yang mencakup perubahan biologis, kognitif, dan sosial emosional. Masa remaja dimulai kira-kira usia 10-13 tahun dan berakhir antara usia 18-22 tahun (Santrock, 2003:26).

Para informan dipilih dengan kriteria-kriteria yang dianggap cukup mewakili para remaja dengan latar belakang yang berbeda. Seperti remaja dari SMA Muhammadiyah yang mempunyai *background* sekolah Islam, dari sekolah Kristen maupun dari sekolah Negeri.

Untuk teknik pengambilan informan yang digunakan yaitu dengan *Convience Sampling*, merupakan cara pengambilan sampel yang paling sederhana dan paling longgar dalam penelitian kualitatif, peneliti sekedar mengambil “siapa saja” untuk dijadikan wakil dari subjek penelitian, dan kemudian mewawancarainya (Pawito, 2007:90-91).

Pemilihan informan tersebut yaitu dipilih dari SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar, SMA Kristen dan SMA Negeri 1 Karanganyar. Pemilihan informan tersebut terdiri dari 6 orang yang berasal dari sekolah yang berbeda-beda, masing-masing sekolah terdiri dari 2 orang informan, pada khususnya remaja yang bersekolah di kota Karanganyar. Karanganyar merupakan salah satu kota kecil yang berada di Surakarta. Peneliti ingin mengetahui bagaimana pemaknaan remaja yang berada di kota kecil tersebut terhadap fenomena kenakalan yang ada dalam film *Putih Abu-abu dan Sepatu Kets* ini.

3. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan 2 sumber data yaitu:

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah film *Putih Abu-abu dan Sepatu Kets* dan kemudian melakukan wawancara kepada informan yang sudah melihat film *Putih Abu-abu dan Sepatu Kets*.

b. Sumber Data Sekunder

Selain menggunakan data primer, dalam penelitian ini digunakan sumber data sekunder. Sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu melalui studi kepustakaan, selain itu dengan dokumen yang mendukung penelitian, artikel maupun rekaman, gambar dan informasi lainnya.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan wawancara terhadap informan yang sudah melihat film tersebut, dengan pertanyaan-pertanyaan yang dibuat sesuai dengan kebutuhan dan keterkaitan dengan objek penelitian. Setelah melakukan wawancara, peneliti menulis hasil wawancara dan hasil analisisnya, bagaimana penerimaan

khalayak terhadap film *Putih Abu-abu dan Sepatu Kets* , apakah informan berada di posisi *dominant hegemonic, negotiated*, atau *oppositional reading*.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan peneliti yaitu dengan melihat simbol kenakalan remaja dalam film *Putih Abu-abu dan Sepatu Kets* dengan menggunakan metode penelitian resepsi, kemudian peneliti akan melakukan wawancara terhadap penonton untuk mengetahui bagaimana pemaknaan penonton terhadap kenakalan remaja yang ada dalam film tersebut.

Teknik analisis data yang akan peneliti lakukan adalah sebagai berikut:

1. Mengolah data

Dalam tahap ini peneliti akan mentransfer hasil rekaman wawancara ke dalam bentuk tulisan.

2. Menganalisis

Selanjutnya peneliti akan menganalisis adegan dalam film *Putih Abu-abu dan Sepatu Kets* , dengan penerimaan serta hasil wawancara dan penerimaan dari para informan kemudian ditulis dalam bentuk laporan. Selanjutnya akan didapatkan hasil analisis bahwa informan termasuk dalam jenis yang mana dalam memahami kenakalan remaja. Apakah informan berada di posisi *dominant hegemonic, negotiated*, atau *oppositional reading*.

G. Validitas Data

Validitas data dalam penelitian kualitatif merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah “data yang tidak berbeda” antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian (Sugiyono, 2010:267).

Dalam penelitian ini menggunakan Teknik Triangulasi. Prosedur ini dipilih karena disesuaikan dengan fokus penelitian kualitatif yang dilakukan oleh peneliti. Triangulasi data adalah membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif (Moleong, 1990:178). Jenis triangulasi ini mengarahkan peneliti agar dalam mengumpulkan data, ia menggunakan berbagai sumber data yang tersedia.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber data. Triangulasi dengan sumber data dilakukan dengan membandingkan dan mengecek baik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan cara yang berbeda dalam metode kualitatif yang dilakukan dengan (Paton, 1987): membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara, membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi, membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu, membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat

dan pandangan orang lain seperti rakyat biasa, membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan. (Moelong, 2007:231).

H. Kerangka Pemikiran

